

**BAB V
PENUTUP**

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian mengenai faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen terhadap pembelian jambu kristal di UD. Bumiaji Sejahtera Kota Batu maka kesimpulan yang diambil adalah sebagai berikut:

1. Kualitas produk, harga, lokasi promosi dan sikap konsumen berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian jambu kristal. Hasil uji secara parsial menunjukkan bahwa yang berpengaruh nyata adalah faktor promosi, sedangkan faktor kualitas produk, harga, lokasi, dan sikap konsumen tidak berpengaruh secara nyata.
2. Faktor dominan yang mempengaruhi keputusan pembelian jambu kristal adalah variabel promosi.

1.2. Saran

1. Bagi peneliti dan akademisi disarankan untuk menambahkan variabel independen lainnya selain kualitas produk, harga, lokasi, dan sikap konsumen. Variabel - variabel independen lain yang dimungkinkan dapat mempengaruhi keputusan pembelian antara lain: pendapatan, motivasi, budaya dan persepsi agar lebih melengkapi penelitian ini.
2. Bagi pemilik usaha dari berbagai sumber informasi mengenai UD. Bumiaji Sejahtera sebagai bagian dari promosi media online masih terbatas. Promosi melalui media online perlu ditingkatkan dengan menggunakan sosial media

yang saat ini belum dipakai seperti telegram dan *marketplace* (shopee, tokopedia, lazada) agar lebih memudahkan konsumen untuk mendapatkan informasi yang disediakan UD. Bumiaji Sejahtera Kota Batu.



DAFTAR PUSTAKA

- Anastasia, R., 2017. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Membeli Buah Jambu Air (Syzygium Samarangeese Aqueum) di Pasar Modern Kawasan Semarang Tengah*. Progam Studi S1 Agribisnis Departemen Pertanian.
- Anggara, S. S., 2020. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Buah Pepino (Solanum Muricatum) Di Supermarket Brastagi, Kota Medan*.
- Baladina, N., 2017. Pemasaran produk pertanian. *Bunga Rampai Agribisnis Seri Pemasaran*.
- Harahap, K., 2019. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Jambu Madu (Syzygium Samarangense) Di Desa Serbajadi Kecamatan Sunggal Kabupaten Deli Serdang*.
- Hartadi, R., 2010. Analisis Perilaku Konsumen Buah Di Pasar Tradisional Dan Pasar Modern Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember. *JSEP (Journal of Social and Agricultural Economics)*, 4(1), 24–36.
- Hatmawan, A. A., 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish.
- Indrianingsih, Y., 2013. Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Kota Tujuan Wisata Wilayah Jawa Bali Menggunakan Metode Aksidental Sampling (Studi Kasus Di Gras Tour and Travel Yogyakarta). *Compiler*, 2(2).
- Ikasari, H., 2010. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Sayuran Di Pasar Tradisional Di Kota Semarang. *Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro*, 1, 12.
- Kurniawan, R., 2016. *Analisis regresi*. Prenada Media.
- Mulyatno Setiawan, B., 2021. Factors that Influence Purchasing Decisions of Crystal Guava. *Social Economics Of Agriculture (Soca) Universitas Udayana*, 15(2), 1–15.

- Prastiwi, N., 2017. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Buah Di Pasar Bitingan Kudus. Stain Kudus.*
- Rahayu, L. P., 2020. Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Mengambil Keputusan Pembelian Produk (Studi Kasus Pada Industri Tahu Dadi Jaya Di Boyolali Tahun 2020). *EKOBIS : Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 8(2), 49–60. <https://doi.org/10.36596/ekobis.v8i2.464>
- Sari, C. P., Dasmadi, D. & Rahayu, L. P., 2020. Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Mengambil Keputusan Pembelian Produk (Studi Kasus Pada Industri Tahu Dadi Jaya Di Boyolali Tahun 2020). *EKOBIS : Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, VIII(2), pp. 49-60.
- Septiyanto, D. T., 2017. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Membeli Buah Pepaya California di Kota Purwokerto Kabupaten Banyumas.* Universitas Jenderal Soedirman.
- Setiadi, N. J., 2013. *Perilaku Konsumen (Revisi).* Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Subianto, T., 2007. Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 3, 165–182.
- Sugiyono, P. D., 2017. *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D.* Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.
- Sugiyono, S., 2010. *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D.* Alfabeta Bandung.
- Wijaya, G. D. P., 2015. Marketing Strategy Based on Marketing Mix Influence on Purchasing Decisions of Malang Apples Consumers at Giant Olympic Garden Mall (MOG), Malang City, East Java Province, Indonesia. *Agriculture and Agricultural Science Procedia*, 3, 67–71. <https://doi.org/10.1016/j.aaspro.2015.01.015>
- Yusup, F. (2018). Uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1).